



Alejandro Montufar Helu
CEO de *PETROIntelligence*
amontufarhelu@PETROIntelligence.com

TENDENCIAS 2021

Es previsible que, en el corto plazo, los grupos gasolineros ofrezcan un servicio integral que incluya megas de regalo a usuarios que acudan a realizar compra de combustible.



C

omo hemos mencionado en artículos pasados, a partir de la reforma energética del 2014 se empezó a popularizar el término “estación de servicio” en lugar de “gasolinera” con la finalidad de resaltar que, a la hora de repostar combustible, el consumidor puede adquirir otros bienes y servicios distintos a las gasolinas y el diésel.

Esta nueva conceptualización de “estación de servicio” ha empezado a hacer más dinámica la competencia entre las gasolinerías, debido a que el precio, el servicio a la hora de repostar y la reputación de litros completos ya no resultan ser el único determinante en la decisión del consumidor para elegir dónde

repostar. Recientemente han entrado en dicha toma de decisión otros elementos entre los cuales destacan los servicios complementarios y los programas de lealtad.

Al respecto, de acuerdo con un análisis de *PETROIntelligence*, se ha podido observar que más del 85% de las gasolinerías ya operan bajo el concepto de “estación de servicio” y que, en promedio, cada una de éstas tiene 10 servicios complementarios al expendio de gasolina y/o diésel.

En cuanto a programas de lealtad, han empezado a surgir bonificaciones en dinero virtual para la compra del hidrocarburo y de otros bienes y servicios a manera de premio por la compra

de combustible de ciertas marcas o de ciertos grupos gasolinerías.

En este tema hemos podido observar dos tendencias de comportamiento. La primera consiste en que los grupos gasolinerías están creando sus propias *apps* para contabilizar y otorgar puntos por la compra de gasolina, como es el caso del Grupo de Interés Económico (GIE) *Rendichicas*, o sus propios programas de bonificación en la compra de cierta cantidad de litros como es el caso del GIE *RedPetroil* con su tarjeta de puntos o la rifa de bienes como automóviles y motocicletas a través del otorgamiento de boletos por un consumo mínimo.

En segundo lugar se observa que el proveedor (i.e. mayorista) o el GIE se asocia con una empresa independiente al sector para dar este tipo de bonificaciones, entre las que destacan *Payback* con la marca *BP* y el GIE *Petroseven*; *Aeroméxico* con la marca *G500*; *Yena* con los GIE *Corpogas*, *Grupo GES* y *Grupo Lodemo* y *GasCard* con una gran cantidad de GIEs.

Telefonía
celular y
combustibles

“Al tercer trimestre del 2020 en México se contabilizan un total de 124.6 millones de líneas móviles”.

CREAR LEALTAD

Es de mencionar que también podemos observar otro tipo de bonificaciones en el mercado que pertenecen a empresas independientes al sector, como es el caso de *Citibanamex* y *BBVA*, que buscan crear lealtad hacia sus servicios bancarios con el otorgamiento de premios al utilizar sus medios de pago para la compra de combustible.

Bajo este contexto, algo que no hemos visto a la fecha pero consideramos que será la próxima tendencia en programas de lealtad, son programas propios de bonificación en dinero virtual para la compra de bienes y servicios complementarios en aquellos GIEs que cuentan con estaciones de servicio y otras unidades económicas, como es el caso de *Oxxogas-Oxxo*, *Petro Seven-Seven Eleven*, *Soriana Gas-Soriana*, *Walmart Gas-Walmart*, al contar con una evidente ventaja de implementación otorgada por la integración horizontal de negocios de dichos grupos empresariales.

Este tipo de GIEs no sólo podrán dar premios cruzados (la compra en una de sus unidades económicas otorga descuentos en otra unidad) y fomentar sus ventas, sino también podrán explorar el empaquetamiento de servicios con este mismo fin.

Dentro del abanico de posibilidades la telefonía celular parece ser el candidato ideal para el empaquetamiento con la venta de combustible, debido a que existe la figura de Operador Móvil Virtual (OMV) y hay una gran cantidad de usuarios de telefonía celular en México.

Hay que mencionar que un OMV es un operador de telefonía móvil que no cuenta con infraestructura propia y se vuelve un revendedor de capacidad de los tradicionales operadores a precios competitivos, teniendo como principal variable de atracción el fungir como servicio de valor agregado para influir en la decisión de compra de los consumidores. Dicho modelo de negocios hoy lo encontramos abanderando industrias importantes en el país como

los operadores de TV de paga *Izzi*, *Megacable*, *SKY* y *Dish*; tiendas de autoservicio como *Grupo Walmart* y *Soriana*; tiendas de conveniencia como *OXXO*, y tiendas departamentales como *Elektra*.

Según datos de *The Competitive Intelligence Unit*, al tercer trimestre del 2020 en México se contabilizan un total de 124.6 millones de líneas móviles, de las cuales, 2.8 millones pertenecen a los OMV; tan sólo en el último año dicho modelo de negocios tuvo un crecimiento anual de 54.6%.

Haciendo uso de un OMV, un GIE puede empaquetar dos servicios que, por el valor que les otorga el usuario, virtualmente forman parte

“Dentro del abanico de posibilidades la telefonía celular parece ser un candidato ideal para el empaquetamiento con la venta de combustible”.



de la canasta básica: gasolina + telefonía. De esta forma, puede crearse lealtad entre usuarios de gasolina e incrementar la base de consumidores, lo cual se traduce en mayor cantidad de ganancias y en nuevos ingresos por una nueva línea de negocios, la venta de telefonía móvil.

SERVICIO INTEGRAL

En conclusión, dada la nueva forma de competir en el sector de las estaciones de servicio, es previsible que, en el corto plazo, los grupos gasolineros se acerquen al modelo de negocio del OMV para ofrecer un servicio integral que incluya megas de regalo a usuarios que acudan a realizar compra de combustible, con lo cual generarían un esquema de lealtad que los fortalecería de cara a sus principales competidores y agregaría nuevas líneas de ingresos a la empresa.

Desde nuestra visión y con base en los estudios y análisis de *PETROIntelligence*, el contexto actual supone un panorama inmejorable para diseñar e implementar dicha oferta integral de servicios al existir la Red Pública Compartida operada por *Altán Redes*, empresa que ganó la concesión para la operación de la banda de 700 MHz, misma que es utilizada para habilitar empresas de telefonía móvil y, de esta forma, incrementar la cobertura social en México y competir por las más de 124.6 millones de líneas móviles, siendo además el operador que actualmente ofrece la tarifa más agresiva al usuario final.

Asimismo, dicha oferta de valor se presenta *per se* como una estrategia para maximizar los ingresos en el entorno macroeconómico *post* pandemia que se avecina. Es importante resaltar que el *bundle* gasolina + telefonía móvil será exitoso si, y sólo si, el modelo de negocios se encuentra bien determinado y se enfoca en un nicho de usuarios específico que asegure la maximización de la inversión. ❌



AÑADE VALOR A TU NEGOCIO

CON LAS SOLUCIONES PETROASSIST



PRODUCTOS PETROTEC

- DISPENSARIOS DE COMBUSTIBLE, GLP Y ADBLUE
- TERMINALES PARA GESTIÓN DE FLOTILLAS
- EQUIPOS DE AUTOLAVADO DESATENDIDOS
- TANQUES ADBLUE • CARGADORES ELÉCTRICOS

SERVICIOS

- PÓLIZAS DE MANTENIMIENTO DE EESS
- REBRANDING DE ESTACIONES DE SERVICIO
- SISTEMAS DE RECUPERACIÓN DE VAPORES
- OBRAS DE REDES MECÁNICAS Y ELÉCTRICAS
- TANQUES DE ALMACENAMIENTO DE COMBUSTIBLES
- GASOLINERAS LLAVE EN MANO

REPRESENTANTE OFICIAL

ELAFLEX 



Petroassist

PETROASSIST MEXICO, S.A. DE C.V.

Prolongación 4 Norte, N°206, Nave "D", Parque Toluca
2000, Toluca, Estado de México, CP 50200 México
T (+52) 722 249 8066 • info@petroassist.mx

www.petroassist.mx